

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2005-2006

Capítol 8

Internet

Mercè Díez

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació
(Universitat Autònoma de Barcelona)

David Domingo

Unitat de Comunicació Audiovisual, Publicitat i Periodisme
(Universitat Rovira i Virgili)

Aquest capítol analitza l'estat d'Internet a Catalunya, amb especial atenció als mitjans de comunicació i també als blocs, una de les principals novetats del bienni 2005-2006. En un període marcat per l'atorgament del domini .cat, el nombre d'usuaris continua creixent, però el Principat perd posicions dins dels rànquings d'ús d'Internet a l'Estat. Mentrestant, els mitjans tornen a invertir en la xarxa en un moment en què es perceben noves oportunitats de negoci i quan la Generalitat ha posat en marxa ajuts al sector.

Internet està arribant a la maduresa com a tecnologia i com a mitjà de comunicació a Catalunya

**Posada en el context
internacional, la
situació catalana
encara queda molt
lluny de la quasi
completa
universalització de
l'ús d'Internet a la
major part dels països
nord-europeus**

1. Introducció

Internet està arribant a la maduresa com a tecnologia i com a mitjà de comunicació a Catalunya. En el període 2005-2006 es va complir el desè aniversari de webs informatius tan emblemàtics com VilaWeb o les versions digitals dels principals diaris; serveis ciutadans d'accés a la Xarxa, com Tinet; mitjans digitals locals pioners, com Osona.com o la versió digital de la *Revista Cambrils*, o institucions ara tan consolidades com la Universitat Oberta de Catalunya. Les estadístiques d'ús d'Internet constaten un creixement lent però sostingut que ja supera el 50% de la població, i les connexions de banda ampla experimenten un ràpid creixement. Les empreses de continguts i serveis han superat en gran mesura el període d'escepticisme sobre la rendibilitat de la Xarxa com a plataforma de negoci i, en molts casos, van tornar a invertir en la renovació dels seus webs, en innovació i en equips humans. El reconeixement oficial i la posada en marxa del domini .cat el 23 d'abril de 2006 és la fita històrica que marca el clímax d'aquesta consolidació d'una tecnologia que ja forma part de la vida quotidiana de molts catalans.

Malgrat tot, queden per resoldre definitivament molts punts foscos ja apuntats en anteriors edicions d'aquest informe: el salt generacional que fa que la majoria dels no-usuaris d'Internet siguin majors de 40 anys; el desequilibri territorial en les infraestructures de banda ampla; la relació qualitat-preu dels serveis de telecomunicacions; el model de negoci dels mitjans digitals. El clima d'il·lusió que es percep en el sector digital no ens ha de fer oblidar que, posada en el context internacional, la situació catalana encara queda molt lluny de la quasi completa universalització de l'ús d'Internet a la major part dels països nord-europeus.

Aquest capítol s'ha estructurat en tres apartats fonamentals. El primer analitza la implantació i l'ús social d'Internet, parant atenció als principals indicadors relatius a usuaris, llars, empreses, tipus de connexió (tenint en compte molt especialment les connexions de banda ampla) i utilització que els usuaris fan de la Xarxa. El segon es dedica a l'oferta de continguts i serveis, però centrant-nos en dos àmbits molt concrets: els mitjans de comunicació (per l'interès obvi per a aquest informe) i els continguts generats pels internautes, a causa de la importància que estan adquirint no únicament des d'una perspectiva quantitativa, sinó sobretot des del punt de vista de la creativitat. El darrer apartat es reserva a l'observació de l'estat de la llengua catalana a Internet i, entre d'altres qüestions, s'analitza la fita de l'assoliment del domini .cat.

2. Implantació i ús social d'Internet

2.1. Usuaris

Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE, 2007a), el segon semestre de 2006 es registraven gairebé tres milions d'internautes¹ a Catalunya: 2.902.341 persones d'entre 16 i 74 anys havien utilitzat la Xarxa els darrers tres mesos, el 53,9% de la població catalana en aquesta franja d'edat. En el mateix període, els usuaris habituals (que hi havien accedit almenys un cop per setmana els tres darrers mesos) eren el 45,4%. El percentatge és lleugerament inferior (44,1%) si es té en compte l'accés durant el darrer mes, com fan les dades aportades per l'Estudi General de Mitjans (AIMC, 2006: 8).

(1) Considerem internautes aquelles persones que han utilitzat la Xarxa els darrers tres mesos, i usuaris habituals aquells que almenys l'han fet servir un cop per setmana els darrers tres mesos, d'acord amb els criteris utilitzats per l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) i l'INE.

Els catalans representaven el 17,7% dels més de 16 milions d'internautes espanyols registrats la segona meitat de 2006 (el 48,6% de la població espanyola entre 16 i 74 anys). La diferència al voltant dels cinc punts percentuals entre els usuaris a Catalunya (53,9%) i la mitjana espanyola (48,6%) també es donava en el cas dels usuaris habituals: 45,0% i 40,3%, respectivament (INE, 2007a).

Amb relació a la resta de comunitats autònomes, la posició de Catalunya varia en funció de les estadístiques que es prenguin com a referència. Si s'observen les dades de l'INE, en el període 2002-2006 Catalunya ha oscil·lat entre la segona i la tercera posició entre les comunitats amb majors percentatges d'usuaris d'Internet. Sempre ha estat superada per la Comunitat de Madrid i, en ocasions, per la Ciutat Autònoma de Melilla (anys 2002 i 2004) i les Illes Balears (segon semestre de 2005). En canvi, a les dades aportades per l'Estudi General de Mitjans (AIMC, 2006: 8) es pot apreciar una consolidació de la pèrdua de la posició de lideratge que havia tingut Catalunya els primers anys dos mil. Fins el 2001 Catalunya havia estat la primera comunitat autònoma en percentatge d'usuaris d'Internet (majors de 14 anys que l'havien utilitzat durant el darrer mes). El 2002 el País Basc es va posar al mateix nivell i Madrid únicament una dècima percentual per sota. El 2003 va ser superada per Madrid, i els anys 2004 i 2006 Madrid i el País Basc tenien un percentatge d'usuaris superior al català. El 2005, a més d'aquestes dues comunitats autònomes, Navarra també superava Catalunya (40,1%), per bé que únicament en una dècima percentual².

Si el punt de referència és la mitjana de la Unió Europea, Catalunya tendeix a trobar-s'hi per sota. Així, per exemple, el primer semestre de 2006 el percentatge d'usuaris habituals era del 47% als 27 estats de la UE, del 39% a Espanya (setzena posició) i del 44,5% a Catalunya (tretzena posició amb relació als estats europeus)(INE, 2007a)³.

2.2. Perfil

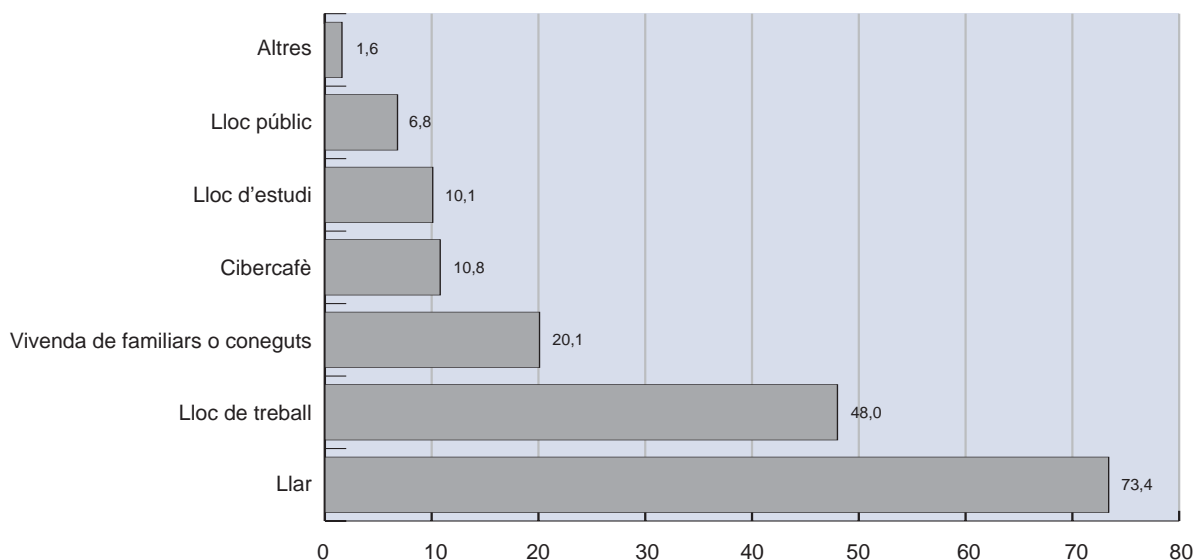
Els usuaris d'Internet catalans són majoritàriament homes (un 58,1% dels homes davant un 49,5% de les dones), que hi accedeixen de manera freqüent -ús diari (55,1%) o almenys un cop per setmana (29,1%)- i no esporàdica -menualment (12,2%) o amb una freqüència menor (3,6%). Es connecten principalment des de casa seva (gairebé tres quartes parts accedeixen a la Xarxa des del seu domicili, mentre que prop de la meitat ho fan des de la feina) (vegeu el gràfic 1). El nivell d'estudis i l'edat són dues variables clarament relacionades amb l'ús d'Internet, però de manera inversa: més intensiu quan major és el nivell d'estudis (el 91,7% de les persones amb educació superior i el 14,9% amb nivell de primària) i més feble quan més elevada és l'edat (només el 8,3% de les persones entre 65 i 74 anys, mentre que arriba a un 87,9% a la franja entre 16 i 24 anys). Pel que fa a la situació laboral, els estudiants és el col·lectiu amb major percentatge d'usuaris (96,5%), força per sobre del grup següent (treballadors per compte aliè), amb un 66,5% (INE, 2007a).

Els catalans representaven el 17,7% dels més de 16 milions d'internautes espanyols registrats la segona meitat de 2006

Catalunya tendeix a trobar-se per sota de la mitjana de la UE pel que fa a usuaris habituals

(2) Vegeu el capítol "Internet" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*.

(3) Font: Instituto Nacional de Estadística [En línia]: "Nota de prensa. Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. Segundo semestre de 2006". <<http://www.ine.es/prensa/np451.pdf>> [Consulta: maig de 2007].

**Gràfic 1. Lloc d'accés a Internet dels usuaris catalans els tres darrers mesos
(2n semestre de 2006) (%)**

Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007a).

2.3. Presència a les llars

El segon semestre de 2006 prop de la meitat de les llars de Catalunya disposava d'accés a Internet (48,1%), fet que la situava en tercera posició amb relació a d'altres territoris de l'Estat⁴, i set punt percentuals per sobre de la mitjana espanyola (41,1%). De fet, s'observa una tendència sostinguda cap a la pèrdua de posicions de lideratge en aquest indicador: els anys 2003 i 2004 Catalunya era la primera comunitat autònoma de l'Estat en percentatge de llars connectades, el segon semestre de 2005 era la segona (darrere de la Comunitat de Madrid) i un any més tard era la tercera.

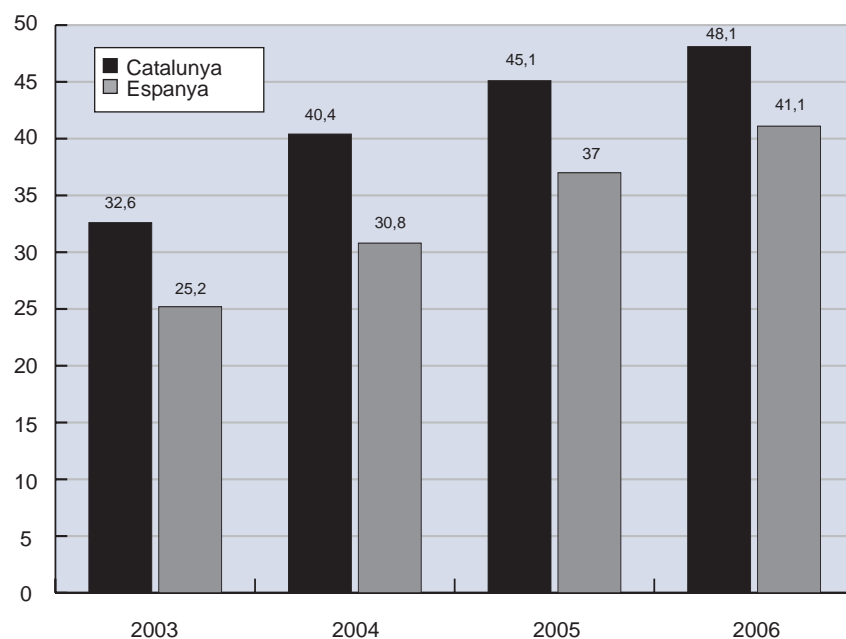
La posició relativa de Catalunya encara és més baixa si el que es té en compte és el percentatge de llars amb connexió a Internet amb relació a les llars amb ordinador. El segon semestre de 2006 el percentatge a Espanya era del 69,7% i a Catalunya del 77%, per darrere d'altres quatre territoris de l'estat (Illes Balears, Madrid, Ceuta i Melilla) (INE, 2007a).

Com en el cas de les dades sobre usuaris, el percentatge de penetració d'Internet a les llars de Catalunya també es troba per sota de la mitjana de la Unió Europea. El primer semestre de 2006 la mitjana dels 27 països de la UE era del 49% mentre que a Catalunya es registrava un 46,6% (INE, 2007a). Amb relació als estats de la UE s'ubicava a la tretzena posició, al costat d'Estònia (46%) i una mica per sobre d'Itàlia (40%), França (41%) i Letònia (42%) -Espanya, amb un 39% de llars amb accés a Internet, era a la divuitena posició⁵.

Pel que fa als motius declarats per no disposar de connexió a Internet a les llars, es manté l'ordre en què han estat adduïts en anys anteriors -que és idèntic en el context espanyol. El primer, clarament destacat, és la falta d'interès (73,4% el segon semestre de 2006); en segon lloc s'esmenta la falta de coneixements (44%); després els costos de l'equip o de la connexió (26,8%), i com a quarta raó el fet que ja s'hi accedeix des d'altres llocs (24,2%) (vegeu el gràfic 3).

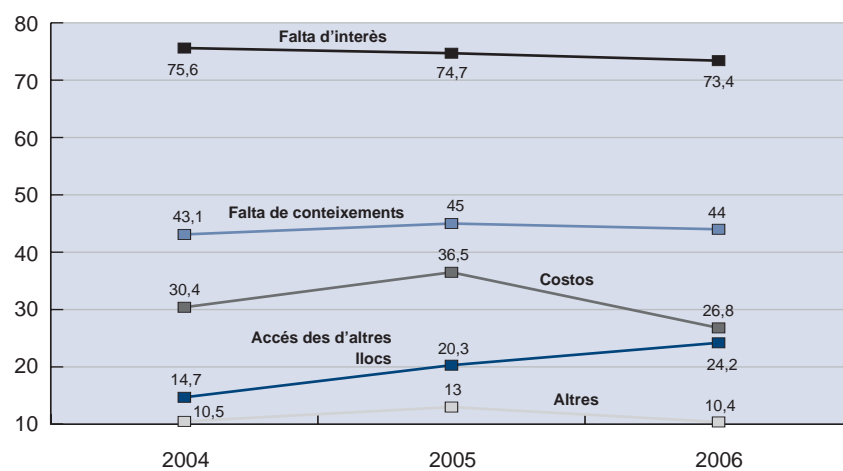
(4) Per sota dels percentatges de Madrid (54,3%) i Melilla (48,2%), i amb el mateix percentatge que Ceuta.

(5) Font: Eurostat [En línia] (2006): "Level of Internet access - households". <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailref&language=en&product=Yearlies_new_science_technology&root=Yearlies_new_science_technology/1/15/ir031> [Consulta: març de 2007].

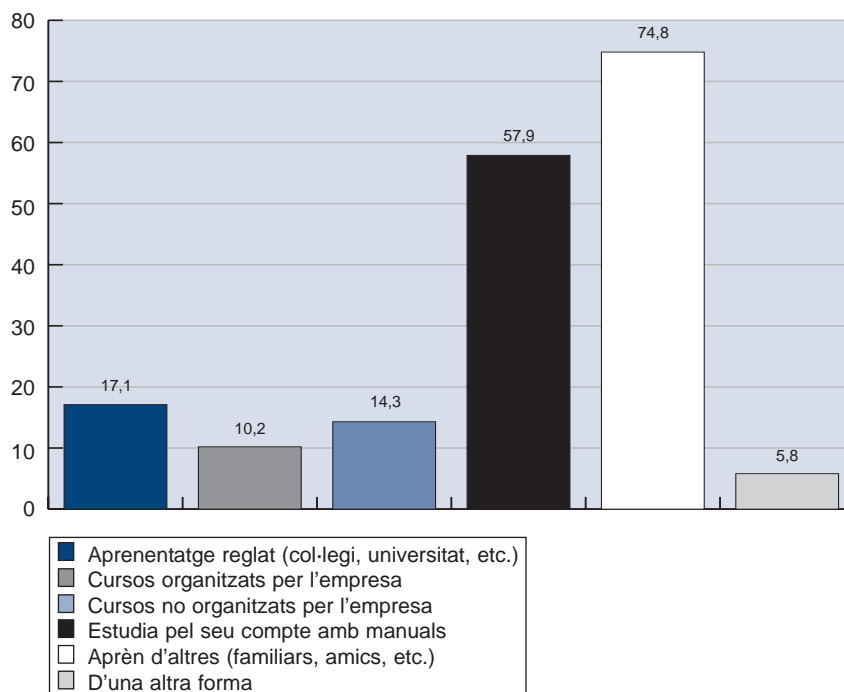
Gràfic 2. Percentatge de llars connectades a Internet (2003-2006)

Nota: Les dades de 2005 i 2006 corresponen al segon semestre de l'any.

Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007a).

Gràfic 3. Evolució de les raons per les quals no es disposa d'Internet a les llars a Catalunya (2004-2006) (%)

Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007a).

Gràfic 4. Forma d'adquisició de coneixements sobre Internet a Catalunya (2n semestre de 2006) (%)

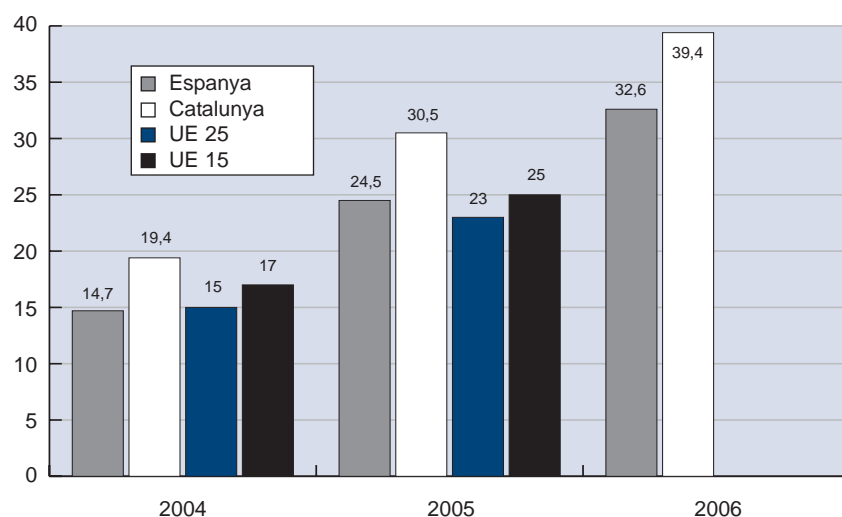
Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007a).

L'anàlisi d'aquestes dades fa pensar que hi ha un marge d'actuació possible per incentivar l'ús d'Internet, especialment entre aquelles persones que no l'utilitzen per falta de coneixements. Cal tenir en compte que les vies d'adquisició de coneixement sobre Internet són bàsicament informals o no reglades -tant a Catalunya com a Espanya- (vegeu el gràfic 4), per la qual cosa tant les administracions com altres actors interessats en la promoció de l'ús de la Xarxa tenen una clara via d'actuació mitjançant la dotació de recursos per a l'aprenentatge⁶.

2.4. Presència a les empreses

L'enquesta de l'INE (2007b) sobre l'ús de les tecnologies de la informació i el comerç electrònic a les empreses posa en evidència que hi ha una distància considerable entre les petites empreses (de menys de 10 treballadors) i les de dimensions més grans. Així, per exemple, el gener de 2006 es comptabilitzava un 95,2% d'empreses amb connexió a Internet, però aquest percentatge baixava fins al 42,6% en el cas de les petites empreses. De la mateixa manera, si bé el 94,2% de les empreses disposaven de correu electrònic i el 56% de lloc web, a les empreses amb menys de 10 treballadors únicament el 39,8% tenia correu electrònic i el 20%, lloc web (INE 2007b). Per a Kim Faura, director de Telefónica a Catalunya, aquest fet no és atribuïble a dificultats d'accés, d'infraestructura, sinó a una falta d'interès sobre els eventuais beneficis que podria reportar-ne l'ús (*El País*, 09-03-2007, pàg. 41).

(6) En aquesta línia es troben iniciatives com el Pla d'Alfabetització i Formació Digitals, impulsat des de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació, i dotat amb prop de 14 milions d'euros. Font: <http://www10.gencat.net/dursi/AppJava/noticies_fitxa.jsp?area=3&idioma=1&idnoticia=17446> [Consulta: maig de 2007].

Gràfic 5. Llars amb banda ampla (2004-2006) (%)

Nota: Les dades de 2005 i 2006 corresponen al segon semestre de l'any. Per al 2006 només hi ha disponibles dades d'Espanya i Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007a).

2.5. Tipus de connexió

El percentatge d'empreses amb accés a Internet que disposava de connexions de banda ampla el gener de 2006 era del 95% (el 86,5% en el cas de les petites empreses, amb menys de 10 empleats) (INE, 2007b).

Pel que fa a les llars, s'observa un molt considerable increment de la banda ampla (ADSL i xarxa de cable)⁷, que s'ha duplicat en el període 2004-2006 (vegeu el gràfic 5). Amb relació a d'altres territoris de l'Estat, a finals de 2006 els nivells de penetració de la banda ampla a Catalunya eren superats, en ordre decreixent, per Ceuta, Madrid, Melilla i les Balears (INE, 2007a).

Aquest gran increment de l'accés a la banda ampla, però, no s'està realitzant de manera equilibrada al territori. En aquest sentit és significativa la denúncia efectuada pel Síndic de Greuges de Catalunya en un informe de mitjans de 2006, en què alertava que aquest accés no era una realitat a tot el territori català. Per al Síndic, "la possibilitat d'accedir a Internet, amb una tecnologia de banda ampla, és un factor d'equilibri i cohesió territorial", amb incidència social, cultural, laboral i educativa. Cal tenir en compte que determinades prestacions i serveis en línia únicament són funcionals amb connexions de banda ampla. Aquest fet porta el Síndic a afirmar que "no es pot considerar la connexió de banda ampla com una qüestió exclusivament de qualitat o velocitat, sinó també d'accessibilitat a determinats continguts" (Síndic de Greuges de Catalunya, 2006: 6 i 11).

La Generalitat va endegar un projecte d'extensió de la banda ampla el 2003, però ha patit endarreriments i problemes de cobertura i de qualitat⁸, com es feia ressò el mateix Síndic, que a l'esmentat informe exhortava els poders públics a "frenar" la fractura digital a Catalunya. A banda, també feia una crida per tal que des de la Unió Europea es garantís "un vertader accés a la informació" a través de la inclusió de l'accés a Internet de banda ampla com a obligació de servei universal (Síndic de Greuges de Catalunya, 2006: 9).

(7) La forma preferent d'accés a la banda ampla a les llars catalanes connectades a Internet (que superen l'1,1 milions) és clarament l'ADSL: el segon semestre de 2006 el 78,5% comptava amb línies ADSL; el 16,3%, amb xarxes telefòniques convencionals, i el 3,8% amb xarxa de cable de fibra òptica (INE, 2007a).

(8) El 2003 la Generalitat va convocar un concurs per proveir d'accés a Internet de banda ampla a poblacions amb menys de 1.500 habitants que no tinguessin cobertura d'ADSL. L'execució inicial del projecte a Barcelona i Girona, però, no va respondre a les expectatives. El Govern va redissenyar el projecte Banda Ampla Rural i el març de 2006 va resoldre una nova adjudicació per a la seva extensió a les comarques de Girona, Barcelona i la Catalunya Central. Font: Secretaria de Comunicació (2006b) i Generalitat de Catalunya [En línia] (2005): "Nou projecte de Banda Ampla Rural a Girona, Barcelona i la Catalunya Central. 29 de juliol de 2005". <www.10.gencat.net/dursi/generados/catala/societat_informacio/recurs/doc/bar_0.pdf> [Consulta: maig de 2007].

**Taula 1. Serveis més utilitzats a Catalunya
(2n semestre de 2006) (%)**

Serveis	Percentatge d'ús
Comunicacions: correu electrònic	82,2
Comunicacions: xat, converses o fòrums	34,8
Comunicacions: telefonar a través d'Internet o videoconferència	13,8
Comunicacions: missatges a mòbils	11,4
Vendes i inversions: banca electrònica i activitats financeres	36,5
Vendes i inversions: vendes de béns i serveis	5,4
Vendes i inversions: compres de béns i serveis	33
Cerca d'informació i serveis: cerca d'informació sobre béns i serveis	83,4
Cerca d'informació i serveis: reserves de turisme	41
Cerca d'informació i serveis: accés a mitjans de comunicació	53,5
Cerca d'informació i serveis: serveis d'oci (jocs, música, etc.)	45,1
Cerca d'informació i serveis: fer tràmits o buscar informació sobre temes de salut	39,5
Relació amb organismes de les administracions públiques: obtenir informació de pàgines web de l'administració	42,7
Relació amb organismes de les administracions públiques: descarregar formularis oficials	21,5
Relació amb organismes de les administracions públiques: enviar formularis	12,9
Educació i formació: cursos de formació reglada	5,1
Educació i formació: cursos dirigits a cerca d'oportunitats d'ocupació	3,4
Educació i formació: altres tipus de cursos	3,4
Altres serveis d'Internet	4,6

Font: Elaboració pròpia a partir d'INE (2007b).

2.6. Ús social

La cerca d'informació sobre béns i serveis i el correu electrònic, amb percentatges superiors al 80%, concentren els nivells d'ús més elevats de la Xarxa, a força distància de la cerca d'informació vinculada a mitjans de comunicació, els serveis d'oci o l'accés a pàgines web de l'administració (INE, 2007a).

3. Oferta de continguts i serveis

3.1. Mitjans de comunicació

Els mitjans de comunicació digitals han viscut durant els anys 2005 i 2006 una transició des de les últimes etapes de la crisi dels primers anys dos mil cap a una nova fase marcada per l'optimisme i la inversió en els projectes a Internet. Aquest canvi de tendència es detecta sobretot en els mitjans d'abast autonòmic o nacional, mentre que en l'àmbit de la comunicació local, per la seva dimensió, només alguns casos excepcionals han seguit la revitalització del sector⁹. L'evolució dels mitjans digitals durant el període es pot valorar a partir de tres indicadors significatius: l'aparició de noves publicacions i la renovació de moltes de les existents; el creixement sostingut de les audiències, i l'increment de la inversió publicitària. Un fet significatiu que també cal tenir en compte com a factor dinamitzador ha estat la creació d'ajuts de la Generalitat específics per al sector.

(9) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol "La comunicació local".

Un estudi realitzat el 2003 (Salaverría, 2005) constata que Catalunya és el territori de l'Estat espanyol amb més publicacions digitals d'informació general: d'un total de 1.274 webs informatius recollits al cens, 143 mitjans generalistes i 63 especialitzats eren produïts a Catalunya. D'aquests, 113 tenien com a llengua principal el català, principalment entre els generalistes. No disposem d'una actualització sistemàtica d'aquestes xifres, però la contínua aparició de noves capçaleres durant els anys 2005 i 2006 (vegeu la taula 2) suggereix que el volum de mitjans digitals catalans ha tendit a créixer per primera vegada des del canvi de segle. L'intens període polític viscut (nova coalició de govern a la Generalitat, procés de revisió de l'Estatut) ha motivat que els webs especialitzats en el comentari polític siguin la categoria amb més nous nous. Destaca, també, el creixement del grup Nació Digital, que, a partir del seu lideratge local amb Osona.com, ha donat el salt a la informació especialitzada i a d'altres comarques catalanes (vegeu la taula 2).

D'altra banda, els principals mitjans digitals catalans van renovar a fons el disseny dels seus webs durant aquest període (VilaWeb i e-notícies, el 2005; Catalunya Ràdio, els portals informatius de la CCRTV -amb un nou domini comú, Notícies.cat, a banda dels habituals-, *La Vanguardia*, laMalla.net, *El Periódico de Catalunya*, *Avui*, *Diari de Barcelona* i l'Agència Catalana de Notícies, el 2006). En alguns casos, el procés de renovació va requerir més d'un any de gestació, des de la definició dels canvis fins a la seva presentació. La coordinació entre el desenvolupament tècnic i la visió del producte a la redacció és un dels factors que compliquen aquestes processos d'innovació, més fàcils d'executar en l'àmbit del disseny que en el de la redefinició de les rutines de treball dels periodistes (Domingo, 2006).

Més enllà de les actualitzacions en el disseny, alguns mitjans van encetar iniciatives innovadores en el terreny dels continguts, les tecnologies digitals i

Els principals mitjans digitals catalans van renovar a fons el disseny dels seus webs durant el bienni 2005-2006

Taula 2. Nous webs informatius creats a Catalunya entre 2005 i 2006

Especialitzats en política	
ElDebat.cat	Dirigit per Jaume Reixach
OpinioNacional.com	Grup Nació Digital
Diariolberico.com	Dels creadors d'e-notícies, dirigit per Antonio Galeote
EIPlural.com	Dirigit per Enric Sopena
ElSingularDigital.com	Dirigit per Jaume Cabré
Eurotribune.net	Dirigit per Josep Solano
Altres temàtiques	
Enderrock.cat	Música (portal de la revista homònima)
Comunicacio21.com	Comunicació (portal de la revista homònima)
NacioDigital.com	Tecnologia (Grup Nació Digital)
DiariForestal.com	Ecologia (Grup Nació Digital)
InfoEsports.com	Esports (dels creadors d'e-notícies)
Locals	
Ripolles.info	Grup Nació Digital
VallesOriental.com	Grup Nació Digital
Llusanes.com	Grup Nació Digital
LaGuitza.info	Badalona
CiutatOci.com	Barcelona

Font: Elaboració pròpia.

Internet és cada cop més audiovisual gràcies a l'extensió de la banda ampla

El 2005 la Secretaria de Comunicació va instaurar un sistema de concurs públic per gestionar les subvencions a mitjans de comunicació privats i, per primera vegada, va incloure explícitament els mitjans digitals entre els beneficiaris

la relació amb la seva audiència. VilaWeb, va celebrar el seu desè aniversari creant un servei de pagament en què destacava l'opció de poder crear blocs (o *weblogs*, diaris personals digitals) en el marc del diari digital. A finals de 2006 el servei ja tenia més de 400 blocs, i la redacció de VilaWeb destacava en portada els articles més rellevants. Un acord amb *Enderrock* va estendre la iniciativa dels blocs de VilaWeb al web de la revista musical, amb redactors i músics que reflexionen sobre el dia a dia del sector. *La Vanguardia* va afegir l'opció de fer comentaris al peu de les seves notícies i enllaços a webs de gestió social de la informació, en què els internautes recomanen i debaten articles d'actualitat.

Internet és cada cop més audiovisual gràcies a l'extensió de la banda ampla. Més enllà de la popularitat de webs internacionals com YouTube, alguns mitjans catalans també van començar a desenvolupar serveis de vídeo atractius amb tecnologia Flash, una iniciativa en què el 3alacarta.cat de la CCRTV va ser pioner a finals de 2004. El servei de la Corporació acumula ja més de 20.000 vídeos de programes de producció pròpia disponibles en diverses qualitats d'imatge. VilaWeb també ha entrat amb força en aquesta tendència, produint videoreportatges diaris originals per a Internet, creats per un equip de dos periodistes audiovisuals incorporats al mitjà digital per desenvolupar el projecte. Els vídeos estan disponibles a VilaWeb.tv i en programes com iTunes amb la tecnologia podcast. Els webs de COMRàdio i Catalunya Ràdio van desenvolupar els seus propis serveis de podcast, que permeten als usuaris subscriure's per rebre automàticament un arxiu MP3 amb el seu programa favorit poc després que s'hagi emès a la ràdio, sense haver de visitar el web cada vegada. Es tracta de la mateixa tecnologia que permet rebre les notícies en els programes lectors d'RSS, implantada en molts webs durant el 2006. En l'àmbit de continguts periodístics també destaquen la iniciativa de Comunicació21.com d'incorporar una secció internacional amb quatre corresponents i el nou canal dedicat a la dona de laMalla.net.

La Secretaria de Comunicació de la Generalitat de Catalunya es pot considerar en part responsable d'aquesta revitalització de la innovació en el sector. El 2005 va instaurar un sistema de concurs públic per gestionar les subvencions a mitjans de comunicació privats i, per primera vegada, va incloure explícitament els mitjans digitals entre els beneficiaris⁽¹⁰⁾. Les subvencions es divideixen en automàtiques (calculades en base a l'audiència auditada per l'OJD i el nombre de treballadors dedicats a l'edició digital) i destinades a projectes (concedides en base a la valoració de propostes presentades pels mitjans, fins a un màxim de quatre per empresa en l'àmbit digital)⁽¹¹⁾.

La partida pressupostària dels ajuts a mitjans digitals va créixer dels poc més d'un milió d'euros de la primera convocatòria als 1,2 milions de la segona. Tot i això, la xifra el 2006 representa només un 7,3% del total de més de 16,3 milions d'euros (principalment destinats a la premsa), i els ajuts a projectes només van cobrir un 39% dels projectes presentats (Secretaria de Comunicació, 2005 i 2006a). La taula 3 recull els principals beneficiaris dels ajuts, que han permès desenvolupar algunes de les innovacions esmentades, com VilaWeb.tv o el diari digital de la *Revista Cambrils*. Dels pocs mitjans amb control de l'OJD, VilaWeb i *El Periódico de Catalunya* són els únics que superen els 100.000 euros en ajuts automàtics gràcies al volum de la seva audiència.

Les dades de l'OJD mostren un creixement important i sostingut de l'audiència dels webs controlats, proporcionalment molt homogeni entre els mitjans líders (vegeu la taula 4). L'excepció són dos portals locals generalistes (Lleida.com i Osona.com), que han mantingut xifres similars d'audiència els últims dos anys. En els dos casos amb més usuaris cal puntualitzar que a *El*

(10) El 2004 ja va atorgar subvencions a mitjans digitals, però encara no havia desenvolupat el sistema de concurs públic (Domingo, 2005).

(11) Les condicions de les convocatòries es poden consultar al web de la Secretaria de Comunicació del Govern de la Generalitat: <www.gencat.cat/subvencionscomunicacio> [Consulta: maig de 2007].

Taula 3. Principals beneficiaris dels ajuts de la Generalitat a mitjans digitals (en euros)

Empresa o mitjà	2005	2006
VilaWeb	339.690	244.248
Grupo Godó	150.000	150.000
Grupo Zeta	175.350	117.974
Avui	100.700	153.608
e-notícies	69.500	102.029
Eurotribune.net	72.500	-
Sàpiens	-	90.000
El Punt	-	65.000

Nota: No s'han inclòs els mitjans digitals i les empreses amb ajuts superiors a 50.000 euros anuals, sumant automàtics i per projectes.

Font: Secretaria de Comunicació (2005 i 2006a).

Periódico de Catalunya no es pot diferenciar entre les visites al web en castellà i en català; i en les dades de la CCRTV s'inclouen les visites a tots els webs del grup audiovisual, amb el web juvenil 3x1.net com a principal referent, amb més de 7 milions de pàgines servides, seguit de TV3.cat, amb més de 5 milions de pàgines. El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura podria proporcionar dades d'audiència molt més completes a través de les enquestes i seria desitjable que poguéssim establir un control de visites d'àmbit català alternatiu al de l'OJD¹².

Els anunciants amb seu social a Catalunya han estat sensibles a aquest augment progressiu de les audiències i comencen a recuperar la confiança en el mitjà Internet. Encara representa un percentatge ínfim (un 0,9%) d'un pastís publicitari dominat per la televisió, però la inversió en mitjans digitals va créixer un 55% entre les empreses catalanes el 2005, molt més ràpid que qualsevol altre mitjà, fet que denota un canvi de tendència notable respecte al descens del 17% de 2004 (Associació Empresarial Catalana de Publicitat, 2005). D'alguna manera, la bona marxa de la publicitat a Internet a Espanya, on ja supera els 60 milions d'euros en volum de negoci amb un creixement del 33% el 2004 i del 28% el 2005 (Infoadex, 2006), va arribar més tard a Catalunya, amb xifres encara no comparables¹³. Les empreses catalanes van invertir 12 milions d'euros en publicitat a Internet a tot Espanya. No disposem de dades sobre el volum d'ingressos per publicitat dels mitjans catalans, però els seus responsables s'han queixat repetidament en fòrums professionals¹⁴ que la centralització del mercat publicitari a Madrid i el fet que les audiències a Catalunya són comparativament més petites (i sense un control sistemàtic) fan que els sigui molt difícil competir pels grans anunciants en igualtat de condicions amb els mitjans d'àmbit estatal.

3.2. Continguts generats pels internautes

Un dels fets més rellevants d'Internet a nivell mundial durant el període 2005-2006 va ser l'eclosió de la producció de continguts per part dels usuaris de la Xarxa. La popularització de les eines de publicació de blocs, gratuïtes i senzilles, ha fet que en poc més de dos anys s'hagi passat de 2 milions a més de 50 milions de blocs al món¹⁵. Bloc és el terme que finalment ha proposat el Termcat per traduir *weblog* al català, després que la primera proposta (diari interactiu personal) no fos ben rebuda per la comunitat internauta. Tot i això, hi ha

(12) Vegeu en aquest mateix informe, el capítol "La publicitat".

(13) El Baròmetre va començar a fer una prova pilot de les enquestes a finals de 2006. Font: Baròmetre de la Comunicació i Cultura [En línia]: <<http://www.fundacc.org>> [Consulta: maig de 2007].

(14) Per exemple, la Setmana dels Mitjans Digitals, celebrada a Vilanova i la Geltrú l'octubre de 2005 i de 2006. Font: Setmana dels Mitjans Digitals [En línia]: <www.mitjansdigitals.org> [Consulta: maig de 2007].

(15) Font: Sifry, David [En línia] (2006): "State of the Blogosphere", a Sifry Alerts. <<http://www.sifry.com/alerts>> [Consulta: maig de 2007].

Taula 4. Audiència controlada per l'OJD de webs informatius catalans (2004-2006)

	2004	2005	2006
<i>El Periódico de Catalunya</i>	501.236	642.307	817.244
CCRTV	421.283 ^A	531.871	680.083
VilaWeb	188.792 ^A	250.925	303.210
<i>Avui</i>	105.472	145.807	170.809
e-notícies	-	-	86.981
Osona.com	21.951	37.139	36.015
NacióDigital.cat	-	18.779	32.209
Lleida.com		27.922	27.861
CiutatOci.com	-	7.071 ^B	13.874

Nota: Usuaris únics mensuals el mes de novembre de cada any.

(A) Gener de 2005, primera dada disponible.

(B) Desembre de 2005, primera dada disponible.

Font: OJD Interactiva (2006).

L'actualitat política ha estat un dels principals factors per esperar el creixement de l'anomenada "catosfera", la comunitat de blocs catalans

blocaires com Gabriel Bibiloni que segueixen defensant el terme *blog* per no forçar un terme ja existent en la llengua catalana (*Llengua Nacional*, núm. 53, pàg. 27 i 28). El nombre de blocs catalans no és fàcil de determinar, ja que les eines especialitzades no permeten fer cerques prou precises en aquesta llengua. La taula 5 es basa en un recompte aproximat d'entre els principals serveis catalans de blocs, però molts internautes catalans utilitzen serveis d'abast global, com Blogger.com o WordPress.com, i els blocaires més actius prefereixen tenir el gestor de blocs al seu propi servidor, per la qual cosa molts blocs no queden recollits. Cal tenir present, a més, que habitualment un 45% dels blocs a nivell mundial no estan actius, no s'han actualitzat en els últims tres mesos¹⁶, proporció que caldria comprovar si també es dona dins del recompte que oferim aquí.

L'actualitat política, com en el cas dels mitjans de comunicació, ha estat un dels principals factors per esperar el creixement de l'anomenada "catosfera", la comunitat de blocs catalans (Molist, 2006). Els partits polítics han estimulat els seus càrrecs públics a disposar del seu propi bloc com a mesura d'apropament als ciutadans. Un estudi fet pel bloqueaire i exdiputat socialista José Antonio Donaire¹⁷ (2006), basat en el directori de més de 260 blocs de polítics recopilat pel periodista Saül Gordillo (www.saul.cat), apuntava que l'octubre de 2006 van publicar entre tots més de 2.000 articles i que es tractava d'una eclosió molt recent: els blocs polítics, de mitjana, feia vuit mesos que s'havien creat. Alguns centenars d'internautes, anònims o no, per la seva banda també han creat els seus propis blocs de comentari sobre l'evolució de les iniciatives polítiques. El més significatiu de la *catosfera* és, com a la blocosfera en general, el debat que es genera entre els diferents blocaires a través dels comentaris en les anotacions dels blocs i en referències creuades completades amb enllaços mutus als arguments d'un i altre. Val a dir que això no significa necessàriament que la qualitat del debat polític millori i es tendeixi al consens, sinó que més aviat els blocs serveixen per reafirmar les posicions de cada tendència política¹⁸. Durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya de 2006 van aparèixer falsos blocs dels principals candidats a la presidència de la Generalitat. Un altre tipus de bloc polític molt popular són els anònims autoanomenats "confidencials", que ataquen els punts febles d'un o altre partit amb dades gens contrastades. Internet s'ha convertit, definitivament, en un espai més de la comunicació política¹⁹.

(16) Font: Sifry, David [En línia] (2006): "State of the Blogosphere", a Sifry Alerts. <<http://www.sifry.com/alerts>> [Consulta: maig de 2007].

(17) Donaire, José Antonio [En línia] (2006): "Ciberpolítica catalana I", <<http://donaire.blogspot.com/2006/11/cberpolitica-catalana-i.html>> [Consulta: maig de 2007].

(18) Varela, Juan [En línia] (2006): "La excepción blogpolítica catalana", a Periodistas 21. <<http://periodistas21.blogspot.com/2006/03/la-excepcin-blogpolitica-catalana.html>> [Consulta: maig de 2007].

(19) El bloc Saul.cat segueix i analitza de forma habitual les novetats a la catosfera política.

Més enllà dels blocs polítics, n'hi ha de tot tipus de temàtiques: molts simplement són espais personals en què els internautes expliquen les seves experiències²⁰. La majoria tenen el text com a ingredient principal, però el vídeo i l'àudio estan guanyant popularitat. Webs globals d'intercanvi de continguts audiovisuals (Flickr per a fotos i YouTube per a vídeos són els més populars²¹) tenen ja gran quantitat de creacions fetes per internautes catalans. En el cas de l'àudio, a finals de 2006 va crear-se Podcatla.org, el primer portal de podcasts en català, on a banda dels serveis a Internet de les ràdios convencionals s'hi poden trobar programes fets per internautes.

L'aprovació del domini .cat va suposar la culminació d'anys d'activisme ciutadà i una mostra més del vigor de la llengua i la cultura catalanes a la Xarxa

Taula 5. Nombre de blocs allotjats als principals serveis en català (2005-2006)^A

	2005	2006
Bloc.cat	4.500	7.700
LaComunitat.net	1.300	1.400
Blocs.MesVilaWeb.cat	280	400
Bloc.Balearweb.net	380	500
Blocs.Tinet.cat	150	230
Benvolgut.com	70	80

(A) Dades aproximades, basades en recomptes d'usuaris al directori de cada servei durant els mesos de desembre de 2005 i 2006. El nombre de blocs actius pot ser molt inferior al d'usuaris donats d'alta. A Bloc.cat, per exemple, calculem que hi ha 1.500 blocs actius.

Font: Elaboració pròpia.

4. La llengua catalana a Internet

L'aprovació del domini .cat per part de l'ICANN, l'organisme gestor dels dominis d'Internet, el 16 de setembre de 2005, va suposar la culminació d'anys d'activisme ciutadà i una mostra més del vigor de la llengua i la cultura catalanes a la Xarxa.

El domini .cat no forma part dels dominis territorials, sinó dels patrocinats per col·lectius socials o empresarials (com el .aero per a empreses d'aviació o el .travel per a agències de viatges). Amb aquesta estratègia, l'Associació puntCAT -que va gestionar la proposta de domini amb el suport de milers d'entitats i internautes- va aconseguir superar l'escull dels recels polítics a la creació d'un domini territorial (.ct) per a Catalunya. El domini .cat es va definir com a destinat a la "comunitat lingüística i cultural catalana a Internet", amb la qual cosa es posava l'accent, per tant, en el vessant cultural més que no pas en el polític²².

Després d'una primera etapa de registre de dominis d'entitats catalanes i de persones que van donar suport a la campanya pel .cat, el 23 d'abril de 2006 es va obrir el registre lliure. A finals de 2006 s'havien assolit els 20.000 dominis registrats, i la Fundació puntCAT ho valorava molt positivament: "Tots aquests dominis .cat aporten, segons Google, uns 3,5 milions de documents indexats, situant al .cat davant de tots els dominis patrocinats i alguns dels genèrics. El .cat creix amb força, omple la web de continguts en català i els fa més visibles i rellevants"²³. La visibilitat que el domini dona a l'*espai virtual català* (Moragas, Domingo i López, 2002) és una de les seves principals virtuts i ha de servir per consolidar una ja molt activa comunitat catalana a la Xarxa.

(20) Podeu trobar directoris de blocs a Dmoz.org, Bitacoles.net i Nosaltres.cat.

(21) Per exemple, una cerca de la paraula "Catalunya" el gener de 2007 oferia més de 3.700 vídeos a YouTube.

(22) La Fundació puntCAT s'encarrega de gestionar el domini i ofereix informació completa sobre el procés d'aprovació i el funcionament actual. Font: Fundació puntCAT [En línia]: <www.domini.cat> [Consulta: maig de 2007].

(23) Domini.cat [En línia] (2007): "Ja som 20.000 .cat!". <http://blog.domini.cat/?p=30> [Consulta: maig de 2007].

Les poques dades disponibles sobre els hàbits lingüístics dels internautes catalans indiquen que el castellà té una presència important, però en disminució en les pàgines d'inici dels navegadors

El mes d'octubre de 2005 Google tenia indexades més de 7 milions de pàgines escrites en català²⁴, més del doble de les trobades amb el cercador AlltheWeb el 2003, tot i que la diferència es deu en part a la millora de les eines de cerca i no només a la creació de nous continguts. La proporció era de més de dues pàgines per cada internauta català, si usem com a referència el cens lingüístic d'internautes de Global Reach²⁵, que calculava en 2,9 milions els usuaris catalanoparlants.

Malgrat tot, la situació del català per sectors encara és molt desigual (WIC-CAC, 2006): els àmbits relacionats amb la indústria i el comerç són els que

Taula 6. Presència del català a Internet per sectors (desembre de 2006)

Presència del català	Sectors
Molt alta (80-100% dels webs)	Universitats
	Teatre i dansa
	Vins i caves
	Fires i salons
	Església
	Cercadors i directoris
Alta (65-80%)	Portals d'Internet (+) ^A
	Música
	ONG
	Ràdio i televisió (-)
	Diaris, revistes i agències
Mitja (50-65%)	Editorials i llibreries
	Jocs, videojocs, lleure i còmic
	Esports (-)
	Illes Balears (-)
	Assegurances i mútues (+)
	Cinema (-)
	Diversos (+)
Baixa (30-50%)	Alimentació i begudes (+)
	Immobiliàries i construcció (+)
	Òptiques (+)
	Viatges, turisme, transports i hotels (+)
	Caixes, bancs i entitats financeres
	Informàtica i Internet (+)
	País Valencià
	Empreses de treball temporal
	Telecomunicacions, telefonia mòbil i tecnologia
Molt baixa (0-30%)	Institucions de l'Administració de l'Estat i la UE
	Laboratoris, farmàcia i química
	Moda i perruqueria (+)
	Missatgeria, transport i seguretat
	Grans empreses i multinacionals
	Neteja, perfumeria i drogueria
	Electrodomèstics i fotografia
	Automòbil

(24) Mas, Jordi [En línia] (2005): "La salut del català a Internet el 2005", a Softcatalà. <<http://www.softcatala.org/articles/article60.htm>> [Consulta: maig de 2007].

(25) Global Reach [En línia] (2006): Global Internet Statistics by Language. <<http://www.glreach.com/globstats/index.php3>> [Consulta: maig de 2007].

(A) Els signes (-) o (+) indiquen canvis significatius, negatius i positius, respectivament, respecte al 2004.

Font: Elaboració pròpia a partir de WICCAC (2006).

Taula 7. Hàbits lingüístics dels internautes catalans (2003-2005)

		2003	2005
Pàgina d'inici del navegador	Castellà	66%	59%
	Català	21%	33%
	Altres	12%	8%
Correspondència per correu electrònic	Principalment català	34%	38%
	Principalment castellà	34%	37%
	Tots dos per igual	15%	23%
	Altres	17%	3%

Font: Elaboració pròpia a partir de FOBSIC (2005).

mostren una presència del català més baixa, tot i que amb creixements significatius en el període 2005-2006. Cultura, educació i mitjans de comunicació són els àmbits on hi ha més webs en català (vegeu la taula 6). La visió global és positiva, ja que durant el període els webs en català als territoris de parla catalana han superat per primera vegada els webs en d'altres idiomes (principalment, en castellà), ja que passen d'un 46% el 2004 a un 52% el 2006. Tot i això, alguns sectors destacats, com ràdio i televisió o cinema, han sofert reculades en l'ús del català.

Les poques dades disponibles sobre els hàbits lingüístics dels internautes catalans indiquen que el castellà té una presència important, però en disminució en les pàgines d'inici dels navegadors, mentre que en les comunicacions per correu electrònic l'ús de castellà i català és equiparable (vegeu la taula 7).

Diverses institucions catalanes han desenvolupat iniciatives rellevants en aquest període per la consolidació del català a Internet. Més enllà del suport a la campanya del domini .cat, el Govern de la Generalitat va finançar la creació d'un traductor automàtic²⁶ de petits textos i webs, inicialment del català al castellà, l'anglès i el francès, en totes dues direccions. Amb això es pretén promoure el consum de continguts web catalans entre usuaris que no coneixen la llengua i facilitar la navegació en webs d'altres idiomes als internautes catalans. La FOBSIC, gestora del nou observatori de la societat de la informació promogut per la Generalitat, Localret i la UOC, va crear Llengua.org, un espai amb recursos per comunicar-se i crear webs en català. La Biblioteca de Catalunya va crear diversos projectes per a la preservació i la difusió de continguts digitals en català: Padicat (Patrimoni Digital de Catalunya), un arxiu històric de webs catalans; RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert), una hemeroteca digital de publicacions científiques i culturals, i ARCA (Arxiu de Revistes Catalanes Antiques), amb versions escanejades de publicacions del segle XIX i la primera meitat del segle XX.

5. Conclusions

El balanç global de l'evolució d'Internet a Catalunya durant el període 2005-2006 ha de ser necessàriament ambivalent. Des d'una perspectiva positiva, entre els assoliments més remarcables n'hi ha un que destaca especialment: el reconeixement i la posada en marxa del domini .cat, que atorga a la cultura catalana un dels valors més preuats a la Xarxa: la visibilitat.

(26) Per a més informació, vegeu el web del traductor automàtic de la Generalitat de Catalunya: <traductor.gencat.cat> [Consulta: maig de 2007].

El balanç global de l'evolució d'Internet a Catalunya durant el període 2005-2006 ha de ser necessàriament ambivalent

També és positiu el procés de revitalització dels mitjans de comunicació digitals (noves publicacions, renovació de les ja existents, creixement d'audiències, etc.), que en certs casos ja han arribat a celebrar el desè aniversari. Cal esmentar en aquest aspecte el paper dinamitzador que han jugat els ajuts específics per al sector atorgats per la Generalitat. Amb tot, en el cas dels mitjans locals aquesta revitalització només arriba a donar-se de manera excepcional.

La innovació en els mitjans digitals s'ha pogut percebre en tres àmbits: continguts, tecnologies i relació amb l'audiència. En aquest sentit, les novetats a l'Internet català estan en consonància amb l'evolució de la Xarxa a nivell mundial. L'eclosió de la producció per part dels usuaris, mitjançant la popularització dels blocs, i la incorporació cada cop més important de serveis de vídeo han estat els fets més significatius dels anys 2005 i 2006. Precisament el segon fenomen guarda relació amb l'extensió de la banda ampla, que està experimentant un ràpid creixement, encara que desequilibrat territorialment, com ha denunciat el mateix Síndic de Greuges. Això implica que caldrà avaluar en propers informes el resultat d'iniciatives com ara el projecte d'extensió de la Banda Ampla Rural de la Generalitat.

De l'anàlisi de les dades estadístiques del sector es poden destacar punts febles com la pèrdua de posicions de lideratge dins el context espanyol (usuaris, presència a les llars) o la feble presència a les petites empreses.

Pel que fa a l'idioma, d'una banda persisteix la presència desigual del català segons el sector, que fins i tot ha experimentat una disminució en àmbits clau com ràdio i televisió o cinema. De l'altra, els webs en català als territoris del domini lingüístic han superat per primera vegada els webs en altres idiomes. És a dir, en aquest terreny concret també caldria parlar d'ambivalència.

Referències

- Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) [En línia] (2006): *Audiencia de Internet, octubre-noviembre 2006*. EGM. Madrid: AIMC. <http://www.aimc.es/aimc.php?izq=audiencia.swf&op=uno&pag_html=si&dch=03internet/31.html> [Consulta: gener de 2007].
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) [En línia] (2007): *Navegantes en la red. 9ª encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Madrid: AIMC. <<http://download.aimc.es/aimc/03internet/macro2006.pdf>> [Consulta: abril de 2007].
- Associació Empresarial Catalana de Publicitat (2005): *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya*. Barcelona: Associació Empresarial Catalana de Publicitat.
- Domingo, David (2005): "Internet a Catalunya", a *Informe de l'audiovisual de Catalunya 2004*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pàg. 173-190. <<http://www.audiovisualcat.net/recerca/infsector04.pdf>> [Consulta: maig de 2007].
- Domingo, David [En línia] (2006): *Inventing online journalism: development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms*. Bellaterra: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona [Tesi doctoral]. <http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1219106-153347//dd1de1.pdf> [Consulta: maig de 2007].
- Domingo, David [En línia] (2007): "Internet a Catalunya", a *Informe de l'audiovisual de Catalunya 2005*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Cata-

- lunya, pàg. 175-188. <<http://www.audiovisualcat.net/recerca/informe2005.pdf>> [Consulta: maig de 2007].
- FOBSIC [En línia] (2005): *Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies d'informació i comunicació a les llars a Catalunya 2005*. Barcelona: FOBSIC. <http://www.iqua.net/archivos/1482-945-Fitxer/TIC-L_2005.pdf> [Consulta: maig de 2007].
- Fundación France Telecom España [En línia] (2006): *eEspaña 2006. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. <http://www.fundacionauna.com/areas/25_publicaciones/eEspana_2006.pdf> [Consulta: maig de 2007].
- Fundación Telefónica/Ariel [En línia] (2007). *La sociedad de la información en España 2006*. <<http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion>> [Consulta: maig de 2007].
- Infoadex [En línia] (2006): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2006*. Madrid: Infoadex. <<http://www.infoadex.es/estudios/resumen2006.pdf>> [Consulta: maig de 2007].
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2007a) [En línia]: *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. 2º semestre de 2006*. Madrid: INE. <<http://www.ine.es/inebase/cgi/um?M=%2Ft25%2Fp450&O=inebase&N=&L=>>> [Consulta: maig de 2007].
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2007b). *Encuesta sobre el uso de tecnologías de la información y comunicación y comercio electrónico en las empresas 2005-2006*. Madrid: INE. <<http://www.ine.es/inebase/cgi/um?M=%2Ft09%2Fe02&O=inebase&N=&L=0>> [Consulta: maig de 2007].
- Molist, Mercè [En línia] (2006): "La blocosfera catalana", a *Coneixement i Societat*, núm. 10, Barcelona, Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació, pàg. 28-55. <http://www10.gencat.net/dursi/generados/catala/departament/recurs/doc/cis10_molist.pdf> [Consulta: maig de 2007].
- Moragas, Miquel de; David Domingo i Bernat López (2002): "Internet and local communications: first experiences in Catalonia", a Jankowski, Nicholas i Ole Prehn (ed.): *Community media in the information age*, Hampton Press, Cresskill, pàg. 293-313.
- OJD Interactiva [En línia] (2006): *Medios electrónicos*. <<http://ojdinteractiva.ojd.es>> [Consulta: maig de 2007].
- Salaverría, Ramón (2005): *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- Secretaria de Comunicació [En línia] (2005): *Els ajuts del Departament de la Presidència per als mitjans de comunicació l'any 2005*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. <http://www10.gencat.net/gencat/binaris/subvencions_mitjans_tcm32-28232.pdf> [Consulta: maig de 2007].
- Secretaria de Comunicació [En línia] (2006a): *Dossier Ajuts als mitjans de comunicació 2006*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. <http://premsa.gencat.net/display_release.html?id=23199> [Consulta: maig de 2007].
- Secretaria de Comunicació (2006b). *Mil dies de govern 2004-2006*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Síndic de Greuges de Catalunya [En línia] (2006): *L'accés a Internet mitjançant la connexió de banda ampla: un dret que cal universalitzar. Informe extraordinari*, juny. Barcelona: Síndic de Greuges de Catalunya.

<http://www.sindic.cat/ficheros/informes/40_Informe%20Banda%20Ampla.pdf> [Consulta: maig de 2007].

WICCAC [En línia] (2006): *Baròmetre de l'ús del català a Internet*. Barcelona: WICCAC. <<http://wiccac.org/webscat.html>> [Consulta: maig de 2007].